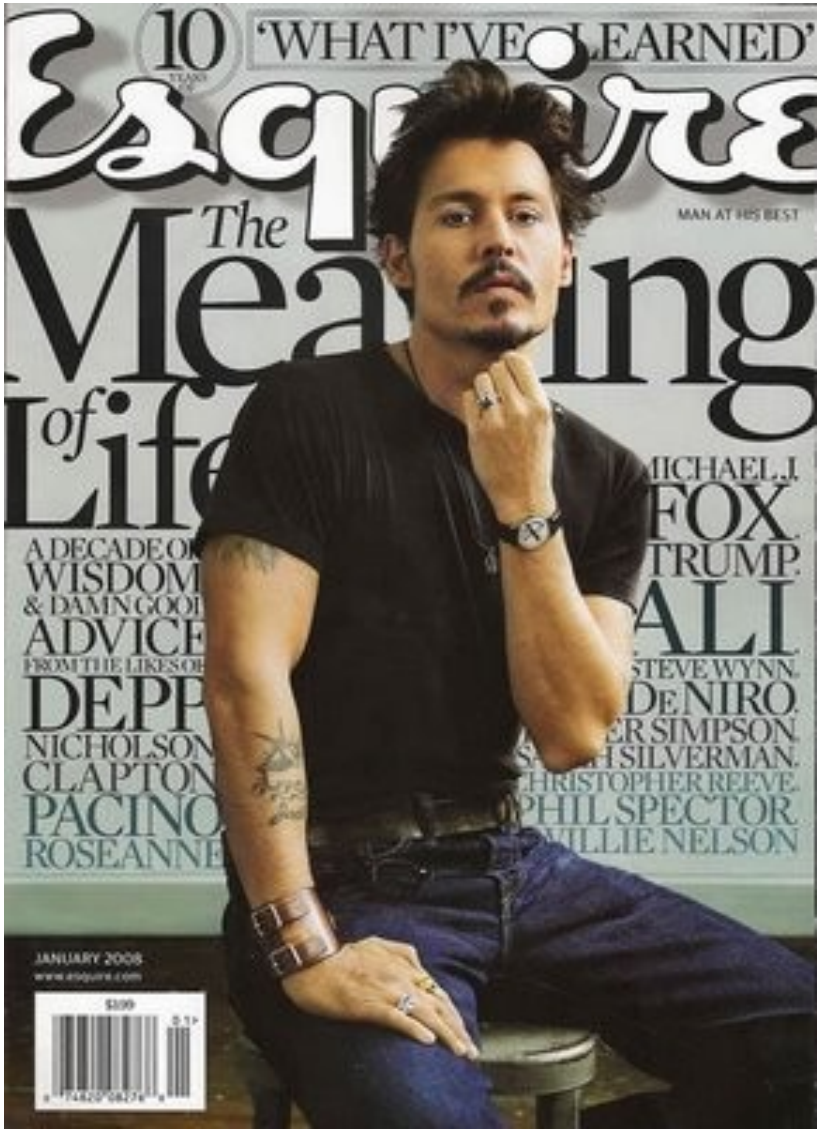
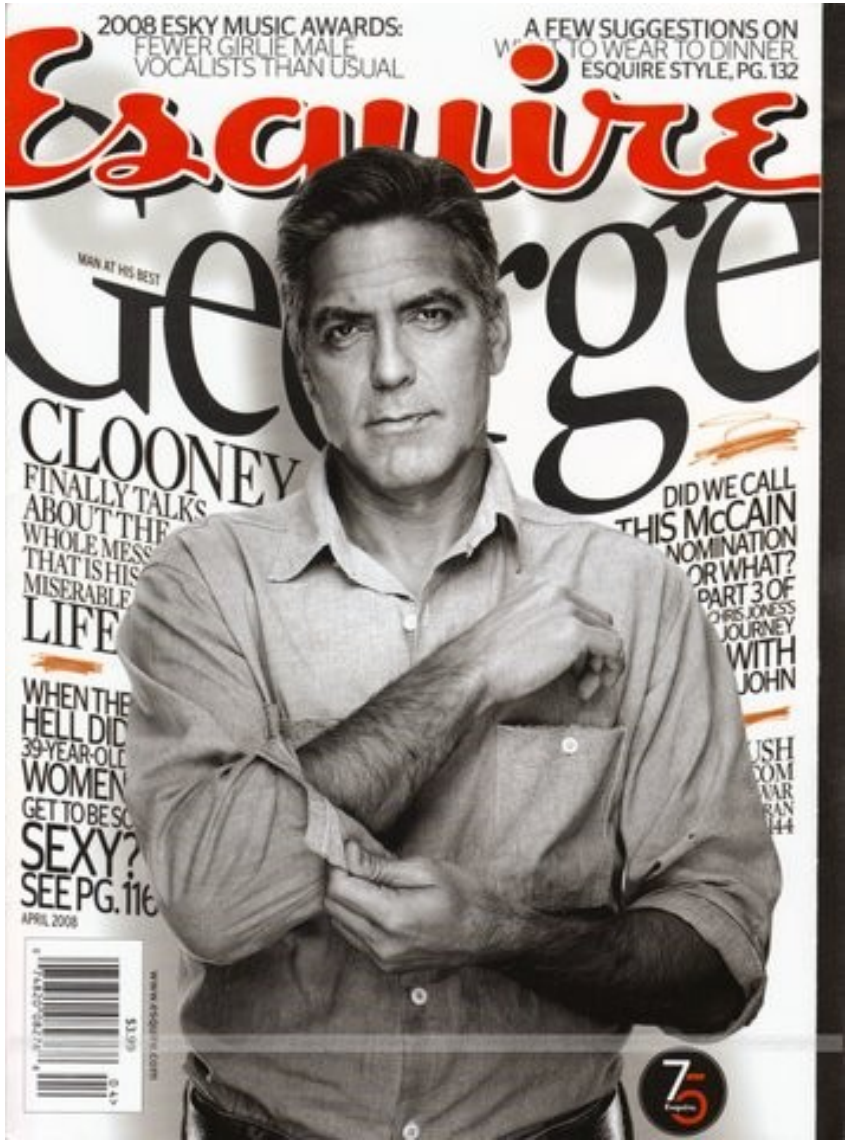
A Cor como Informação

- “Considera-se a cor como informação todas as vezes em que sua aplicação desempenhar uma das funções responsáveis por organizar e hierarquizar informações ou lhes atribuir significado, seja sua atuação individual e autônoma ou integrada e dependente de outros elementos do texto visual em que foi aplicada (formas, figuras, textos, ou até mesmo sons em movimentos em produtos multimídia).

The Economist
How to fix Heathrow
Mad, bad taxes on food
The Bear Stearns mess
Britons left, Americans right: our poll
The new laws of bankruptcy
MARCH 29TH- APRIL 4TH 2008
www.economist.com
All change?
A 14-PAGE SPECIAL REPORT ON THE FUTURE OF AMERICAN FOREIGN POLICY

The Economist
China, Japan and North Korea's nukes
The great Airbus crisis
Misery for the Republicans
Can you really stop online gambling?
Angela's ashes: Merkel in trouble
www.economist.com
The search for talent
Why it's getting harder to find
A 15-PAGE SPECIAL REPORT

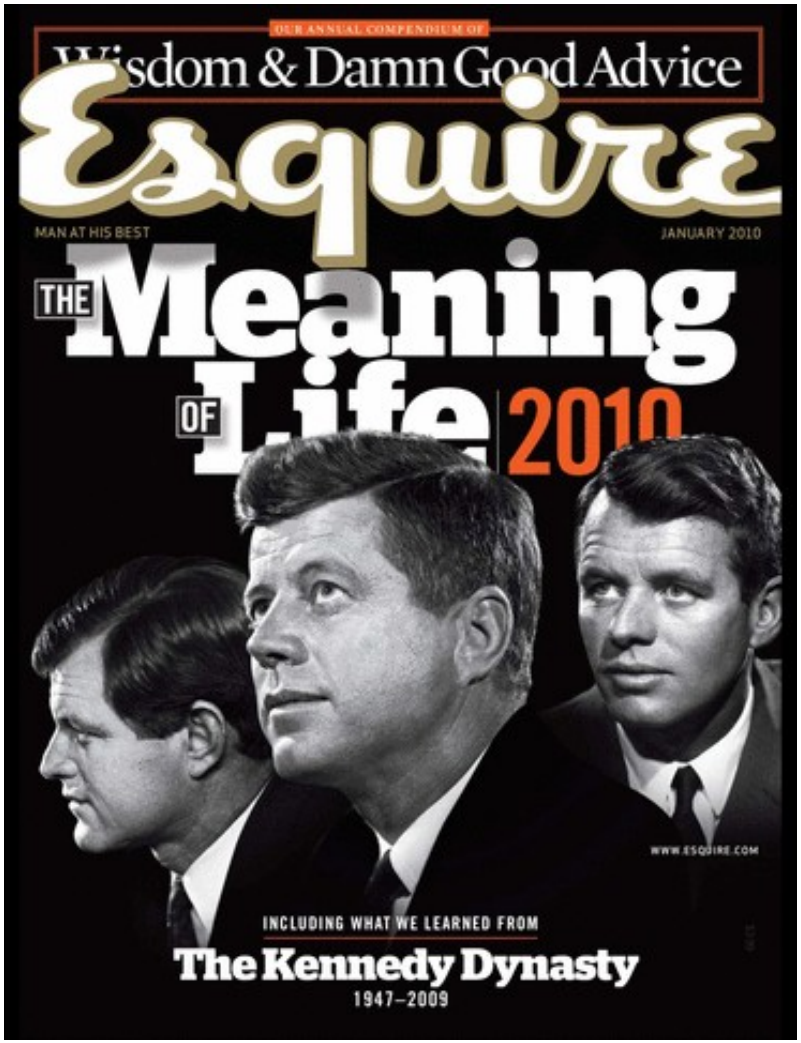

10
'WHAT I'VE LEARNED'
Esquire
MAN AT HIS BEST
The Meaning of Life
MICHAEL J. FOX
TRUMP
ALI
STEVE WYNN
DeNIRO
NICHOLSON
CLAPTON
PACINO
ROSEANNE
PHIL SPECTOR
WILLIE NELSON
JANUARY 2008


2008 ESKY MUSIC AWARDS:
FEWER GIRLIE MALE VOCALISTS THAN USUAL
A FEW SUGGESTIONS ON
ESQUIRE STYLE, PG. 132
Esquire
MAN AT HIS BEST
George
CLOONEY
FINALLY TALKS
DID WE CALL
THIS McCAIN
NOMINATION
OR WHAT?
PART 3 OF
JOURNEY
WITH
JOHN
WHEN THE
HELL DID
39-YEAR-OLD
WOMEN
GET TO BE SO
SEXY?
SEE PG. 116
APRIL 2008

FREE MUSIC PAGE 113
Esquire
MAN AT HIS BEST
>>VOTE FOR THE<<<
SEXIEST
WOMAN
ALIVE
PAGE 65
TINA
GONE
WILD
A Hard Night
with the
World's
Funniest
Woman
PAGE 49
EAT
LIKE A
MAN
PAGE 88
GILBERT
ARENAS
Explains the
Guns in the
Locker Room
ENTER FOR
A CHANCE TO
WIN
PAGE 24
APRIL 2010

THE ESSENTIALS
EVERYTHING A MAN NEEDS TO KNOW, IN 70 PAGES
Esquire
MAN AT HIS BEST
MARCH 2010
Style
30 PAGES
OF SPRING FASHION
Women
DO THIS,
NOT THAT
ESPECIALLY
WITH ANNA
TORV
Money
THE
SECRE
Health
DO THIS
NEVER THAT
Plus:
The Truth
About the
Republican Party
Page 88
Leo
DiCaprio:
A DRINK,
A SMOKE & THE
THINGS THAT
MATTER
THE LAST
WORDS OF
Roger
Ebert
BY CHRIS JONES
$7,917.00
WORTH OF
CLOTHING YOU
CAN ENTER
TO WIN
SEE PAGE 140

A SPECIAL PRESENTATION
Esquire
MAN AT HIS BEST
MAY 2010
Women.
(THE ISSUE)
FEATURING
CHRISTINA HENDRICKS
WWW.ESQUIRE.COM


OUR ANNUAL COMPENDIUM OF
Wisdom & Damn Good Advice
Esquire
MAN AT HIS BEST
JANUARY 2010
THE Meaning OF Life 2010
WWW.ESQUIRE.COM
INCLUDING WHAT WE LEARNED FROM
The Kennedy Dynasty
1947–2009

MARCH 10, 2008
The Bill Factor: How He's Affected Hillary's Run
Gershwin Diplomacy: An American In Pyongyang
How to Buy Your Own Island
TIME
How Much Does Experience Matter?
What it really means for a President
BY DAVID VON DREHLE
Why science says it may be overrated
BY JOHN CLOUD
www.time.com

MARCH 17, 2008
Joe Klein: Finally, the Real Hillary
The Clintons: How Winning Trumps All
Why Obama Is Tougher Than He Looks
Interviews: Hillary and Barack Trade Jabs
TIME
The Fighter
How she came back—and why it could be too late
Hillary Clinton in Beaumont, Texas, on March 3
www.time.com

VOGUE
Perfect Fit
DRESSING FOR EVERY SHAPE FROM SIZE 0 TO 16
Plus
87
Swimsuits to Flatter Every Figure
You Are (Not) What You Eat
Debunking Diet Myths
NO-EXERCISE DIET
What Happens When You Quit the Gym
THE POWER OF AN HOUR
How Fast Can You Get Fit?
SHAPE ISSUE
Secrets of the Best Bodies
GISELE & LeBRON
+ the World's Top Models and Star Athletes

COSMOPOLITAN
NOVA
131
é o amor!
★copie nossa receita para namorar sem gastar
★dê um Banho de NOVA no seu gato
grátis! um romance para ler e sonhar no verso da revista
é sexcreto!
16 lições de ousadia e luxúria das sexperts
mais: sinais de que ele tem pegada
olha o perigo: as dietas radicais estão matando as mulheres do coração. Saia dessa
quem é você? Da sua resposta depende o seu futuro profissional
dossiê do batom
as 38 escolhas da editora de beleza para esquentar seu beijo!

Abril
veja
www.veja.com.br
O MAL
CRIANÇAS ABANDONADAS, TORTURADAS E ASSASSINADAS
Uma investigação filosófica, psicológica, religiosa e histórica sobre as origens da perversidade humana

Abril
veja
www.veja.com.br
AMÉRICA LATINA
AS FERAS RADICAIS
Seu objetivo é evitar a derrota dos terroristas das Farc e criar um clima de guerra no continente
ESTE É O HOMEM
GRÁTIS veja 1808 EDIÇÃO ESPECIAL DESTACÁVEL
A história, a moda, os escândalos, as intrigas, as grandes idéias no Brasil e no mundo no ano da chegada da corte portuguesa

O DOSSIÊ DOS GASTOS
Da negativa às explicações
AMARELAS
Garibaldi Alves: "O Congresso está na UTI"
A WEB 3D
Os novos programas de busca com imagens
Abril
veja
www.veja.com.br
A CLASSE DOMINANTE
Com 86 milhões de brasileiros, a classe C torna-se a maior do país. Saiba como esse fenômeno populacional e de mercado vai revolucionar o Brasil

Um guia para proteger seu dinheiro da crise financeira
O que o câncer no testículo do jogador de basquete Nenê ensina sobre a saúde masculina
Com esta edição ESPECIAL SÃO PAULO 454 ANOS
A REVISTA DE QUEM TEM OPINIÃO
ÉPOCA
www.epoca.com.br
EXCLUSIVO
PREOCUPE-SE
Documentos inéditos da Aeronáutica revelam que o risco de desastre aéreo não diminuiu

woman&home
Feel Good Food
SPRING 2010 £3.99
101
favourite
recipes
& ideas
Delicious!
Mouthwatering
lemon yogurt cake
TV CHEFS
Dishes
you'll love
Delia Smith
Jamie Oliver
James Martin
Nigella Lawson
Gordon Ramsay
Rick Stein
YES, IT WORKS!
WAIST SHAPING,
FLAT TUM DIET
See results in 3 weeks!
EAT WELL,
BE WELL
Foods that make a
difference to you!
Simple healthy food
Fresh tastes! Chicken, pasta, salmon and salads
Best veggie recipes Divine desserts Fab bakes and cakes
Be inspired from midweek to weekend

woman&home
Feel Good Food
101
favourite
summer
recipes
& ideas
IRRESISTIBLE!
Home-made
is back
Create these
fab meringues
(on page 129)
WEEKEND
FOOD
When you want
something
special
TV CHEFS
Dishes
you'll love
Delia Smith
Jamie Oliver
James Martin
Gordon Ramsay
Nigella Lawson
Rick Stein
Bill Granger
FLAT
TUM DIET
21-day plan
that works
Easy summer food
FAST MIDWEEK MEALS THE HEALTHY WAY
Best-ever barbecues New veggie ideas
On-the-go lunch GORGEOUS PUDS MADE LIGHTER

Instant inspiration

Looking for ideas for alfresco entertaining? What about easy meals on the go? Here's some inspiration for your summer dishes and menus

Everyday meals and snacks

- Spicy hummus (right)
- Sausage, tomato and mustard rolls
- Smoked salmon and potato tortilla
- Parma ham, feta and melon salad
- Salmon en papillote
- Chipotle chicken and avocado tortillas
- Chicken pasta with cherry tomatoes and spinach
- Sweetcorn and bacon fritters
- James Martin's Lamb, aubergine and watercress salad

RECIPE IDEAS

Easy veggie ideas

- Sweet potato with chilli and cumin-marinated feta (below)
- Minty chilli and lemon halloumi
- Spiced chickpea salad
- Feta and olive chargrilled peppers
- Asparagus with sweet chilli sauce
- Roasted corn and sweet potato soup
- Chilli butter gnocchi with goats' cheese
- White bean and sage salad
- Pine nut aubergine salad with grilled focaccia
- Jamie Oliver's Vegetable jalfrezi
- Nigella Lawson's Sesame peanut noodles

Dessert treats

- Frozen lemon pots with rosewater raspberries (above)
- Berry jelly
- Mango fool with strawberries
- Blueberry and lemon tartlets
- Pink marbled berry meringues
- Blueberry and elderflower syllabub
- Compote of summer fruits
- Mini baked lemon cheesecakes with raspberries
- Summer berry trifle
- Gordon Ramsay's Vanilla panna cotta with blueberry sauce

Brilliant barbecue dishes

- Garlicky prawn skewers (left)
- Sticky orange and honey chicken
- Indian-spiced lamb with stuffed peppers
- Grilled lemon sardines with herbed rice
- Sea bream with lemons and parsley
- Hoisin and coriander glazed leg of lamb
- Blackened Cajun salmon fillets
- Oriental beef skewers
- Piri piri chicken
- Mediterranean burgers
- Loaded jacket potatoes
- Rick Stein's Barbecued butterflied lamb with lemon, garlic and thyme

"All our recipes have been tested in the woman&home kitchen and are easy to recreate at home – so get cooking!"

Recipes for entertaining

- Roast chicken with parsley and mint (left)
- Salmon ceviche
- Prawn and smoked salmon pasta salad
- Fruity glazed pork
- Rack of lamb with roasted vegetables
- Summer pudding
- Chilli and parmesan scones
- Blueberry bakewell tart
- Pistachio palmiers with raspberries
- Bill Granger's Okayodon
- Delia Smith's Sea bass with Puy lentil salsa

Easy everyday

We all tend to cook similar dishes week in, week out. So here's some inspiration for making feel good menus, from simple pastas and wow-factor fish cakes, to tasty Tex Mex. Using the basics, such as chicken and salmon, we've added delicious, everyday ingredients for fabulous food. With dishes to freeze and prepare ahead, life just got a bit easier

easy

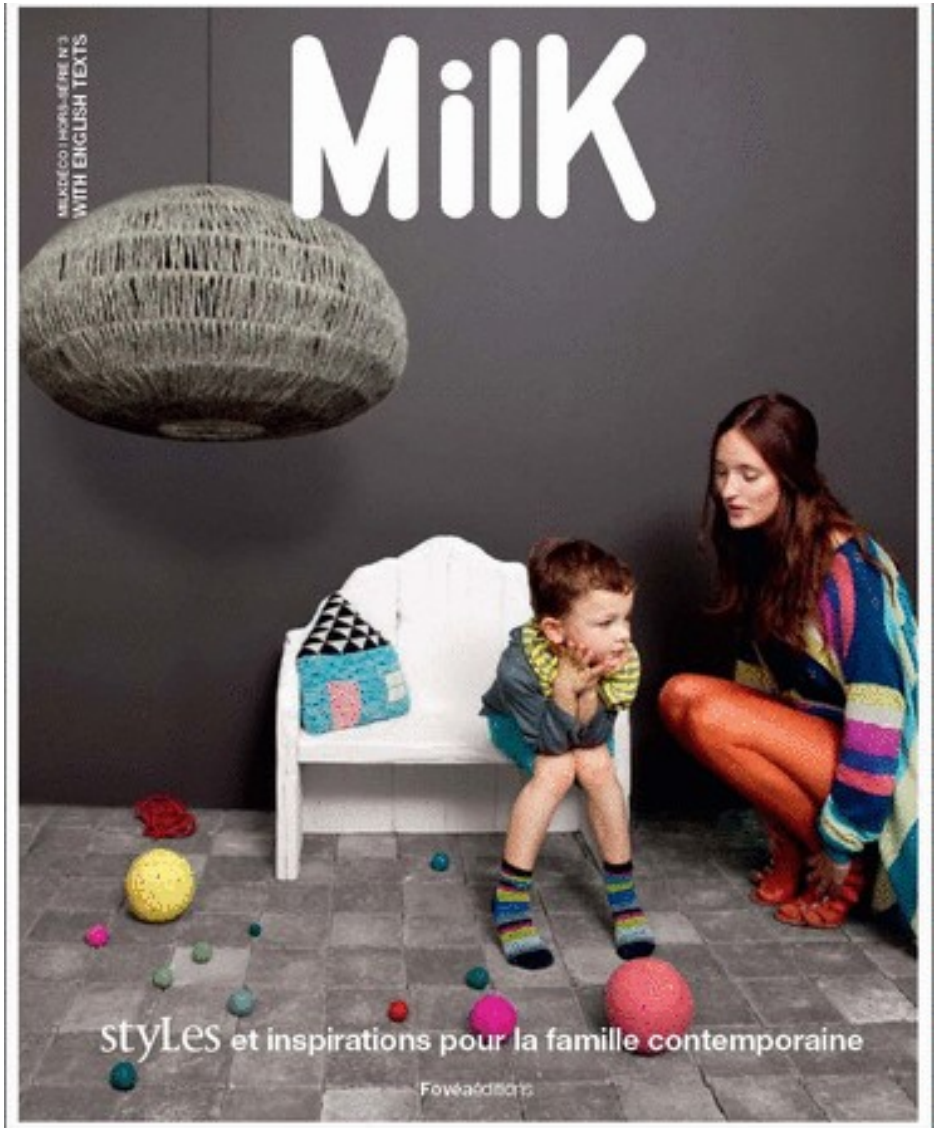
Weekend food

When you've a little more time to spare, what could be better than cooking up something special for family and friends? As always, our inspirational recipes are loaded with ideas for preparing ahead and freezing to make life easier. So try something new for Friday night, a different Sunday roast for the family and our great suppers for entertaining at home.

DILMA E O DOSSIÊ
O futuro da poderosa ministra se complica ainda mais
TIBETE
Nosso enviado especial faz um relato emocionante dos protestos no Nepal
EXCLUSIVO
Entrevistamos Andréia Schwartz, a brasileira envolvida no escândalo de prostituição de luxo nos EUA
ÉPOCA
A REVISTA DE QUEM TEM OPINIÃO
www.epoca.com.br
"Nossa flor tão amada.
Nunca vamos entender o porquê"
Cristiane, tia e madrinha de Isabella Nardoni, assassinada aos 5 anos

EXCLUSIVO: Henrique Meirelles explica por que o Brasil está mais forte nesta crise
A história dramática do menino que transmitiu o próprio suicídio na internet
ÉPOCA
A REVISTA DE QUEM TEM OPINIÃO
www.epoca.com.br
GOVERNO FEDERAL
VISA
Cartões corporativos
Como uma arma criada para moralizar gastos públicos acabou abrindo a porta para abusos
A tapioca, a piscina, a mesa de sinuca, os hotéis de luxo, o aluguel de carros e outros acintes
O que outros países fizeram para resolver o mesmo problema

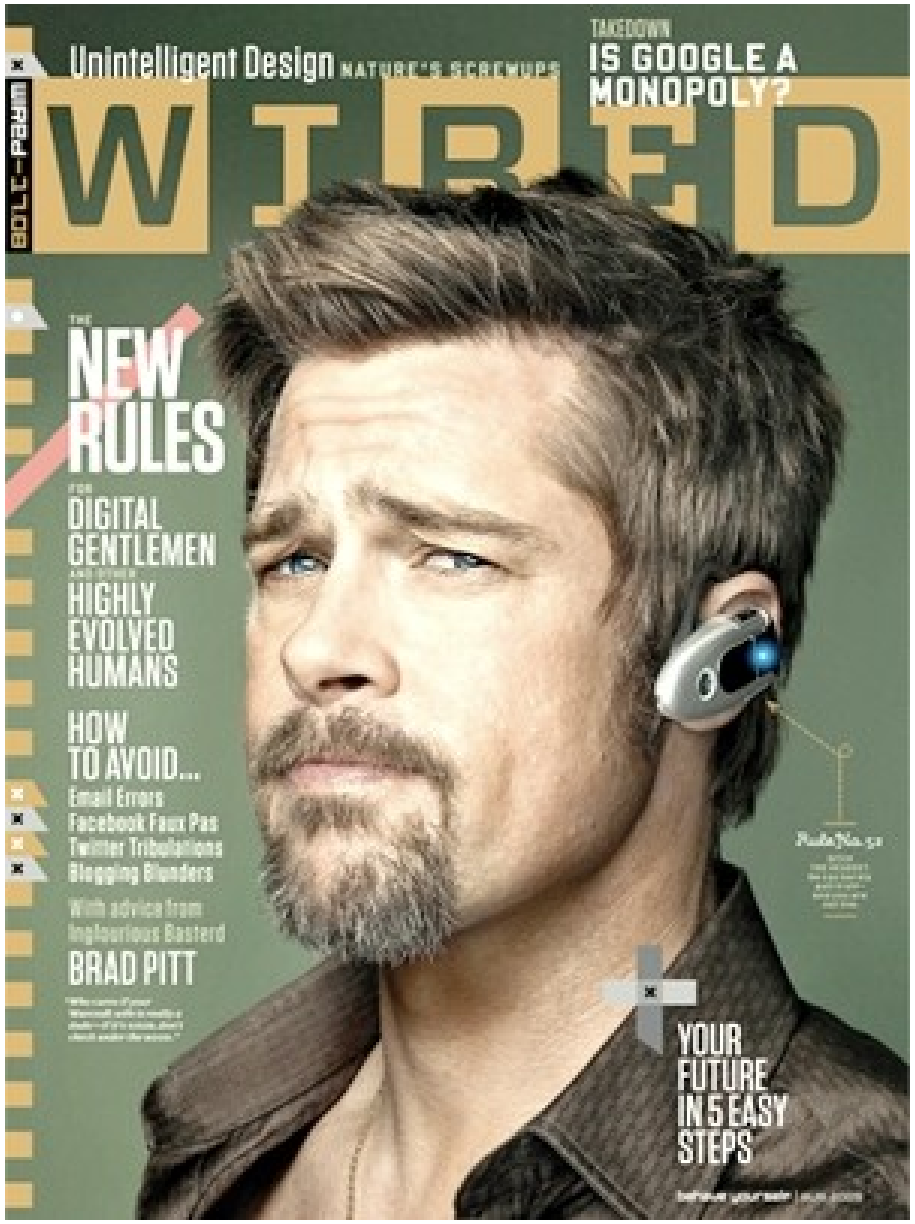
CANADIAN
Today's Parent
WIN a magical family cruise!
p.132
SPECIAL
*What makes a great mom
QUICK & HEALTHY SNACKS
How to handle teen trouble
KEEP YOUR CHILD SAFE at every age
Toilet-training setbacks solved
GET ORGANIZED!
23 CLUTTER-BUSTING TIPS
May 2010


MILK
WITH ENGLISH TEXTS
styles et inspirations pour la famille contemporaine

MILK
WITH ENGLISH TEXTS
Styles et inspirations pour la famille contemporaine
Fowa éditions

Obama's Working-Class Woes
Why More Women Are Choosing C-Sections
Can Richard Branson Save the Airline Industry?
TIME
SPECIAL ENVIRONMENT ISSUE
How to Win The War On Global Warming
BY BRYAN WALSH

ELA AGÜENTA?
O impacto do vazamento de informações no futuro de Dilma
ÉPOCA
A REVISTA DE QUEM TEM OPINIÃO
EDIÇÃO VERDE
www.epoca.com.br
Compre verde
Como suas compras domésticas podem ajudar a salvar a Terra


WIRED
Unintelligent Design NATURE'S SCREWUPS
TAKEDOWN
IS GOOGLE A MONOPOLY?
THE NEW RULES FOR DIGITAL GENTLEMEN AND HIGHLY EVOLVED HUMANS
HOW TO AVOID...
Email Errors
Facebook Faux Pas
Twitter Tribulations
Blogging Blunders
With advice from Inglourious Basterd
BRAD PITT
YOUR FUTURE IN 5 EASY STEPS

On the Front Lines of a Disaster Zone
Decrypting the Most Amazing Show on TV
CHILL!
WIRED
GEEK POWER
HOW HACKER CULTURE CONQUERED THE WORLD
Are You Ready? BREATHALYZERS TESTED+RATED

IPAD COMO VOCÊ VAI VER FILMES E LER LIVROS DAQUI PRA FRENTE
MANUAL PRÁTICO DA CAFEINHA VERDE
DIETA GEEK O JOVEM QUE PERDEU 70 QUILOS
40 IDEIAS PARA MUDAR SUA VIDA
GALILEU
ANTES
CÉREBRO ELETRÔNICO
LENTES DE CONTATO
GPS SUBCUTÂNEO
ARTICULAÇÃO MECÂNICA
MARCA-PASSO + CORAÇÃO ARTIFICIAL
A CIÊNCIA REVELA
COMO ELE VAI SER NO FUTURO
Seu animal de estimação vai falar com você, ser clonado, ter partes robóticas e viver mais e melhor

A luz emitida de uma fonte luminosa por meio de ondas eletromagnéticas e parcialmente refletida por um objeto chega a nossos olhos na forma de uma Cor.

As cores se diferenciam entre si por cada uma representar uma parte específica do todo da luz branca.

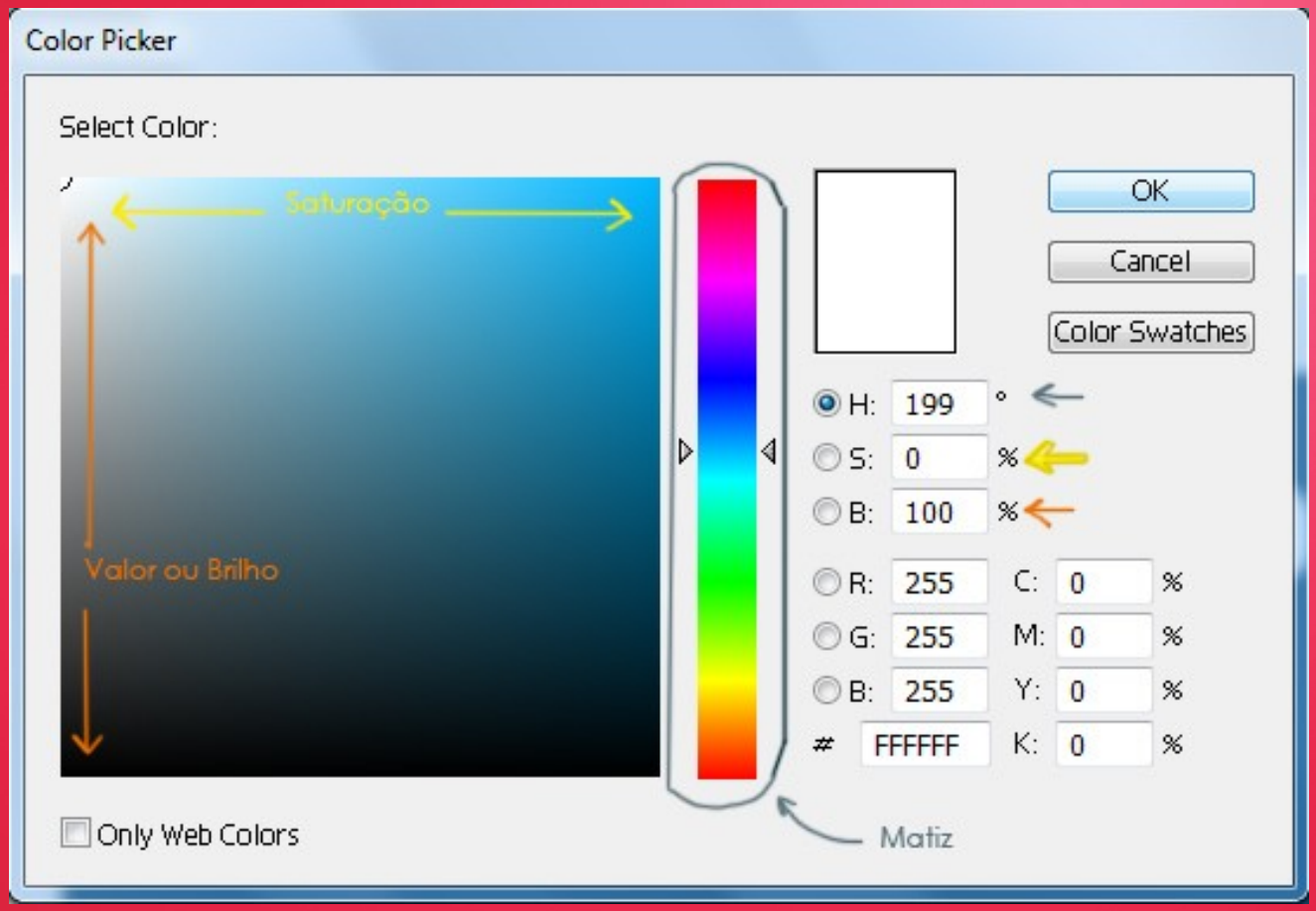
“A forma mais imediata de comunicação não verbal.”

Cada cor comunica **sensações** já num primeiro instante. Em seguida, o conjunto de cores evoca seus significados e provoca **sentimentos**. Finalmente, alia-se à peça como um todo para comunicar uma mensagem, promover um **raciocínio**.

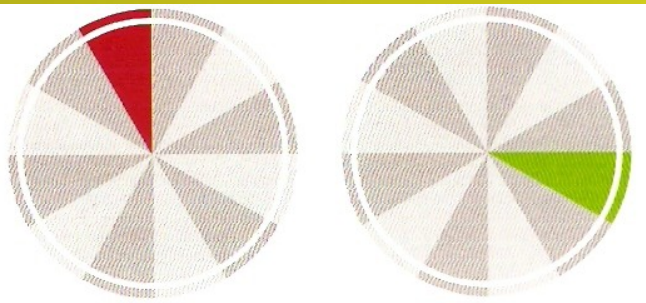
1P
FLUMINENSE
SANTOS
CPU
OK
TIPO 1
TIPO 2
EDITA
OK
TIPO 1
TIPO 2
EDITA
CAMISETA
SHORT
MEIAS
CAMISETA
SHORT
MEIAS
— SHORT —
COR
OK
RESET
R 31
G 22
B 00
— CAMISETA —
COR
OK
RESET
R 26
G 26
B 26

Variáveis de uma cor

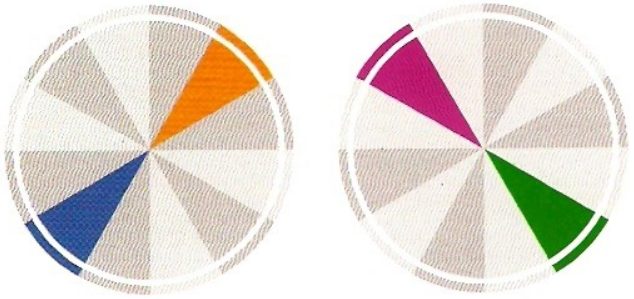
Matiz (Cor)
Saturação (Qualidade)
Valor (Brilho)


Color Picker
Select Color:
Saturação
Valor ou Brilho
OK
Cancel
Color Swatches
H: 199 °
S: 0 %
B: 100 %
R: 255
G: 255
B: 255
C: 0 %
M: 0 %
Y: 0 %
K: 0 %
FFFFFF
Only Web Colors
Matiz

Misturando as cores

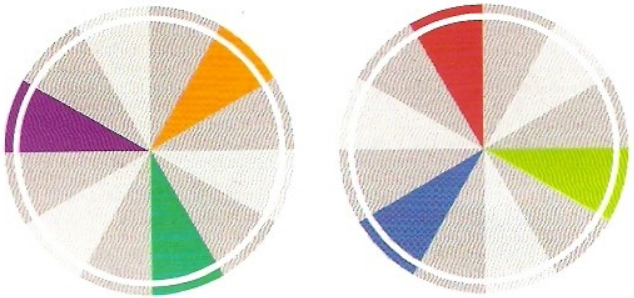


Monocromático



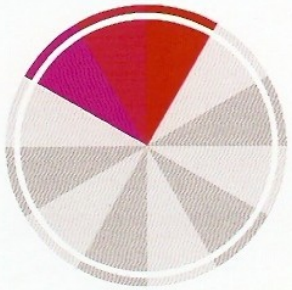
Complementares

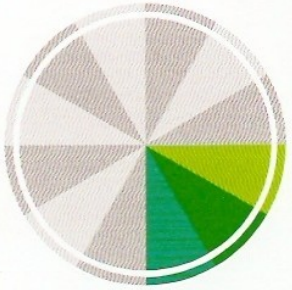
Complementares Divididas



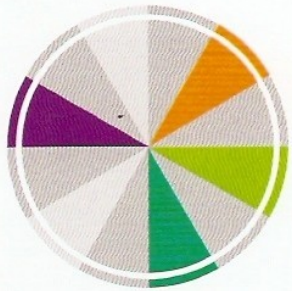
Triádicas

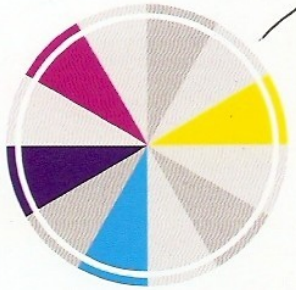
Colour The Basics



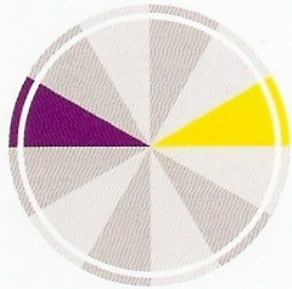


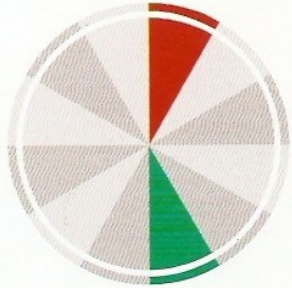
Análogas



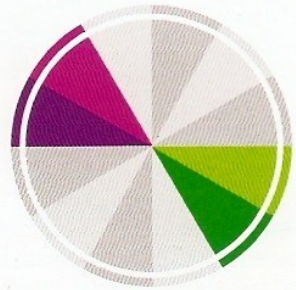


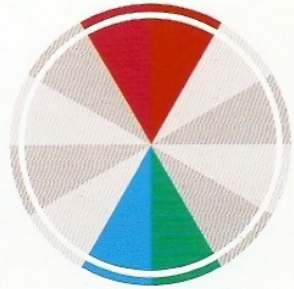
Complementares Mútuas





Análogas Complementares





Complementares Duplas

Algumas convenções:

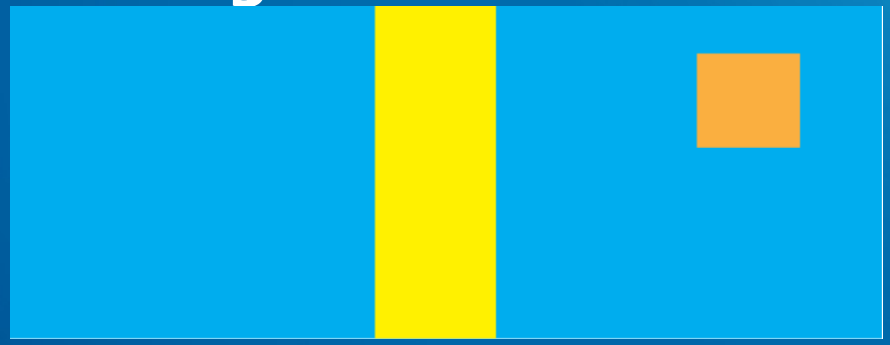
Tome bastante cuidado ao utilizar mais de quatro cores.
Experimente variar o brilho ou a saturação

Cores muito saturadas correm o risco de vibrarem demais entre si, ao passo que a utilização de cores mais fracas fica harmônico mais facilmente, mas pode tornar-se insosso.

Se você quer dar destaque a tudo, acaba não dando destaque a nada.

Em um Layout

Muitas vezes utiliza-se uma cor subordinada para o fundo, uma cor dominante para as formas principais, e uma ou duas cores para acentuar detalhes e pontos e amarrar o design.

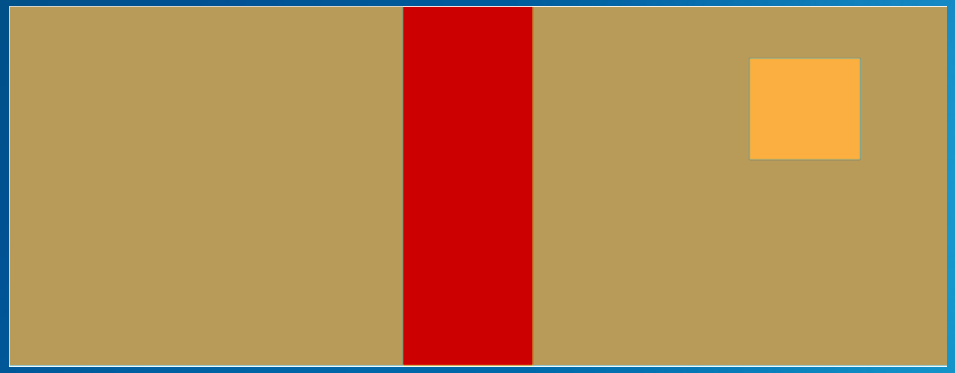


KARATE

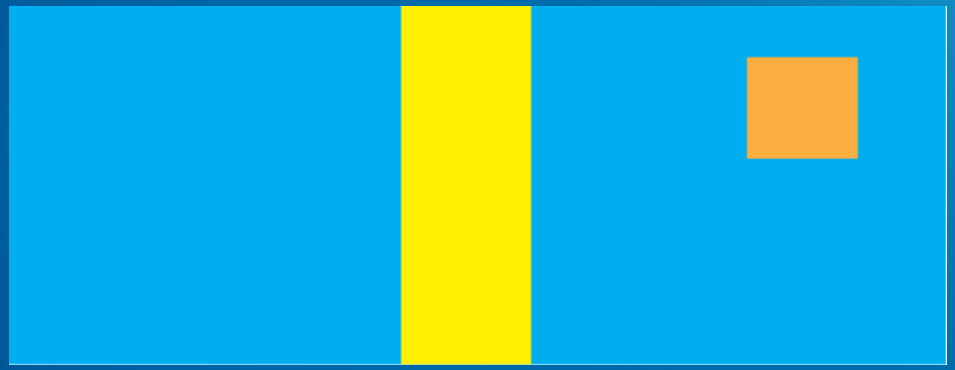
FOR KIDS

KARATE CLUB
RONIN

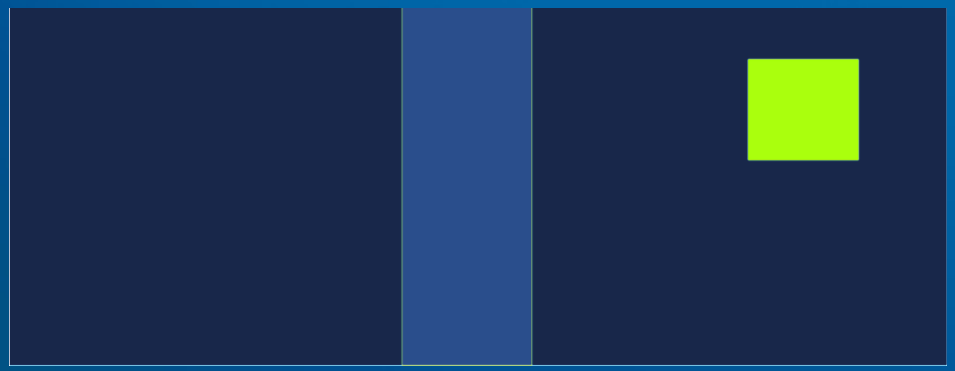
Deauville welcomes America
We share your passion for film, that's why Orange is proud to sponsor the Deauville American cinema festival for the 3rd year running. Let's celebrate the best of American film together.
DEAUVILLE
36th AMERICAN FILM FESTIVAL
SEPTEMBER 3 TO 12, 2010
orange™



Cor mais forte como dominante



Cor subordinada forte



Cores de detalhe dando vida a um layout sóbrio

Os sete contrastes

Para Itten, baseado no que aprendeu com seu mestre Hözel, eram sete os tipos de abordagem de contraste cromático.

Vemos a seguir tipos de contrastes baseados em matiz, brilho, saturação, espaço ocupado e até pelo efeito e significado de cada cor.

Cores puras: Contraste entre cores vivas, puras e saturadas.

Claro e escuro: Explora o uso da luminosidade. Cria contraste entre cores de diferentes valores.

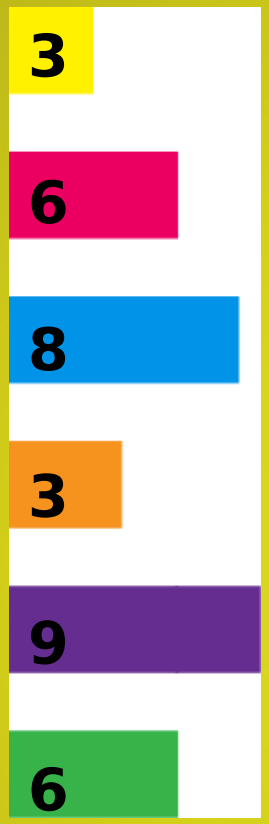
Quente – Frio: Explora a característica de temperatura das cores. Enquanto o amarelo, o laranja e o vermelho tendem a ser cores quentes, o verde, azul e roxo nos remetem a cores frias.

Complementar: Contraste que ocorre ao juntarmos cores opostas no circulo cromático.

Simultâneo: Ocorre quando, através da ilusão de ótica, o cérebro busca a complementar de certa cor. Um exemplo já dado é quando tempos temos o cinza perto do verde, e este parece avermelhado.

De saturação: Contraste entre cores vivas e puras e cores sem alta saturação ou acinzentadas.

De quantidade/Extensão: Acontece quando há diferenciação da área ocupada por duas cores. Utiliza-se uma espécie de “proporção áurea” criada por Goethe para utilizar as cores em determinadas quantidades de espaço condizentes com a intensidade de cada cor.



Amarelo

Vermelho

Azul

Laranja

Roxo

Verde

Intensidade das cores segundo Goethe – o número se refere à quantidade proporcional da cor em uma combinação.

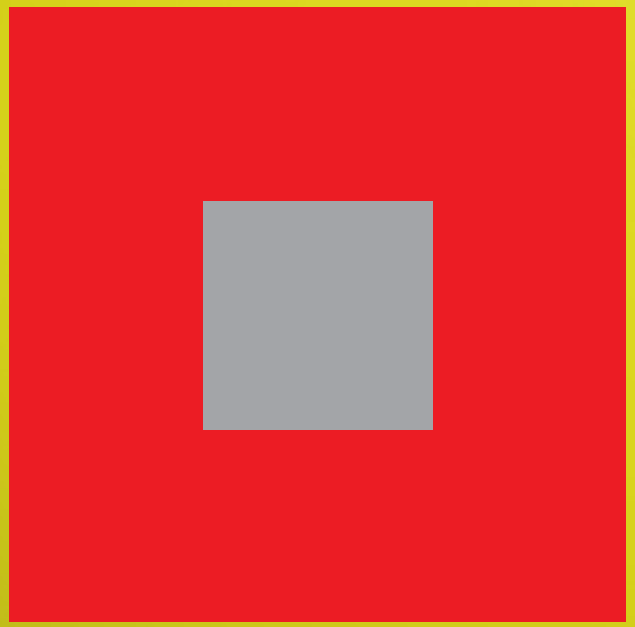
Proporções

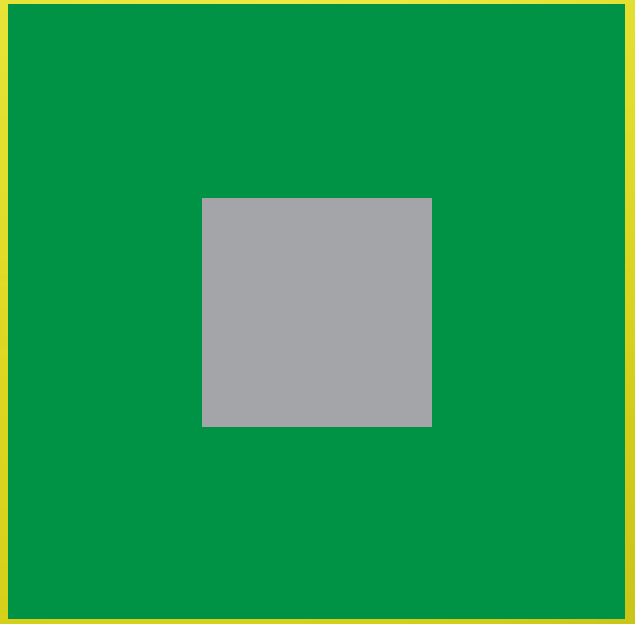
Amarelo e roxo. Proporção 3:9, 1:3

Laranja e azul. Proporção 4:8, 1:2

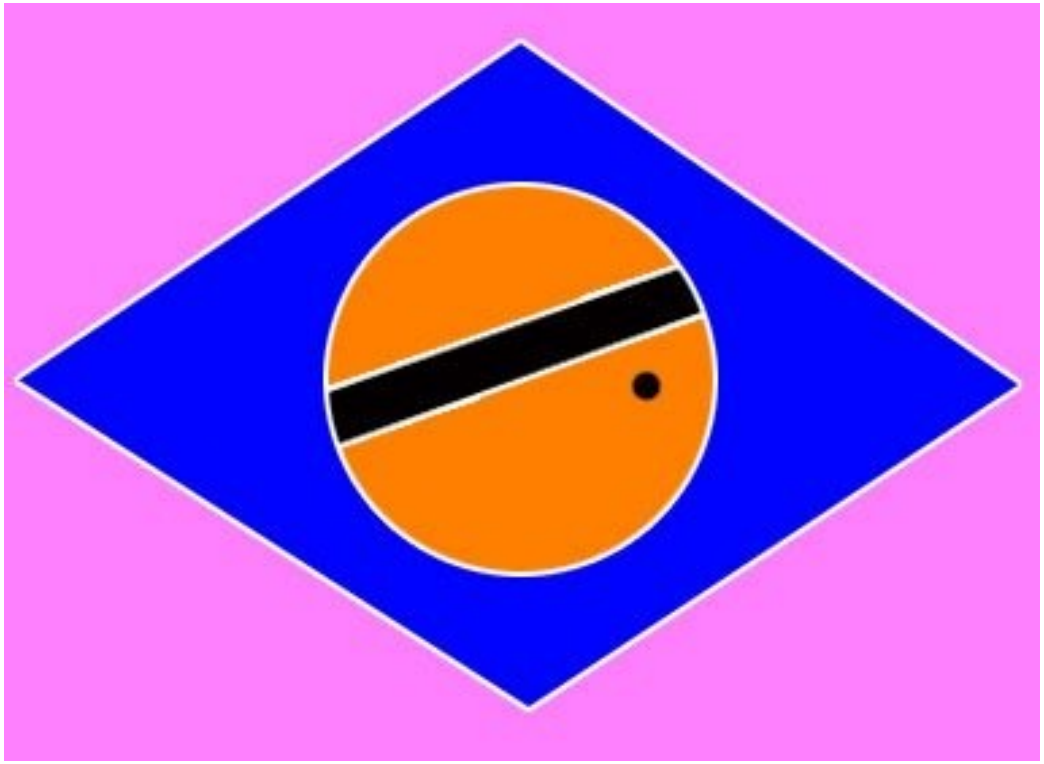
Vermelho e verde. Proporção 6:6, 1:1

Contraste Simultâneo – Uma cor pode parecer diferente de acordo com a cor com a qual ela está interagindo.





Efeito de Pós Imagem – o mesmo princípio, nosso cérebro também completa a imagem.



Efeito de Pós Imagem

Sistemas de Cores

RGB – Red Green Blue. Cores-luz, utilizadas em layouts para meios eletrônicos. Sua soma é o branco.

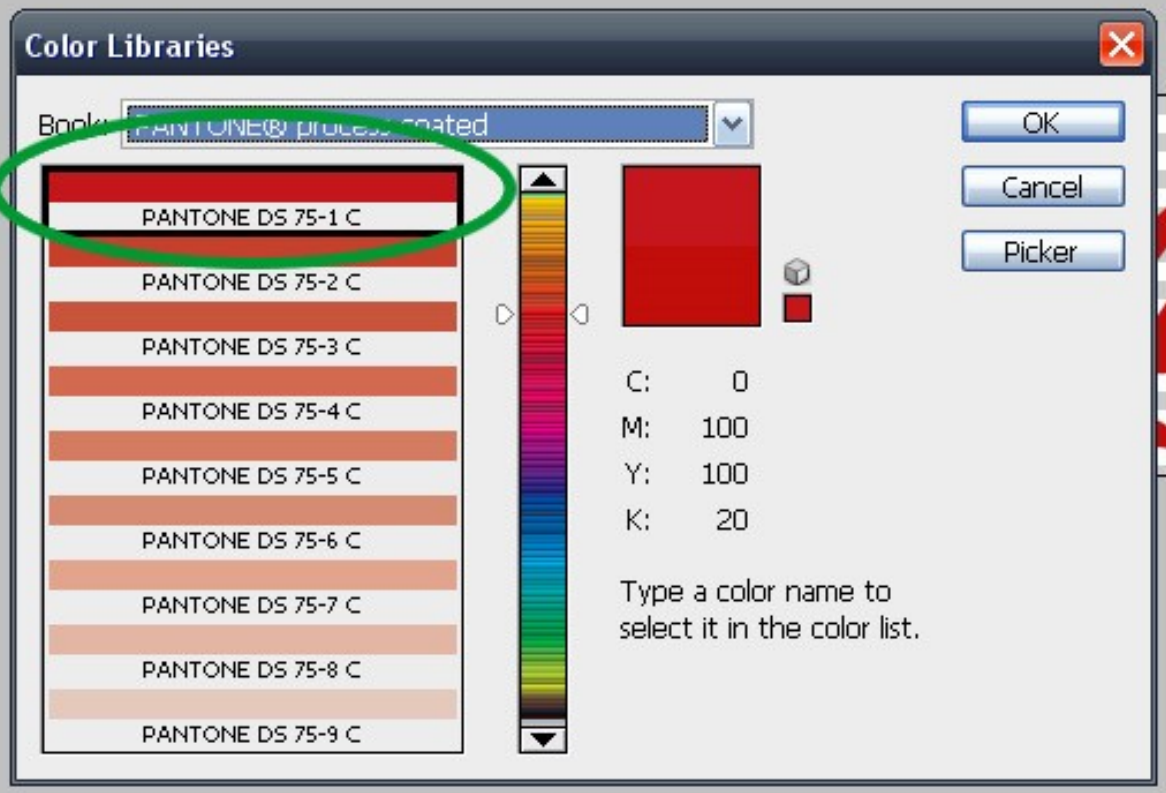
CMYK - Ciano, Magenta, Amarelo, Preto.
Cores pigmento, utilizadas em impressos.

Cores Pantone - Utilizam misturas específicas de pigmentos para se criar novas cores com precisão e fidelidade. Boa parte dessas cores são previstas no sistema CMYK, porém é impossível obtê-las com a intensidade e a unidade das cores Pantone.

Verde criado em CMYK

Verde com tinta específica.

Quase 100% das médias e grandes marcas utilizam cores Pantone em suas logos.



Cuidados na impressão

O preto puro (100% K) por vezes parece lavado e acinzentado. Recomenda-se “calçar” o preto, com um pouco das outras cores.

Preto Puro (100% K)

Preto Rico
(100% K, 20% C, 15% M
10% Y)

Ao utilizar linhas finas, lembre-se de dar destaque a elas e ao mesmo tempo tente utilizar o menor número de possível de pigmentos.

O Efeito e o Significado das Cores.

Efeitos físicos: O vermelho acelera os batimentos cardíacos e a pulsação.

Significados criados a partir de associações presentes na natureza e na vida: Azul transmite calma, Vermelho paixão, etc

Questão cultural: Em alguns países do Oriente, por exemplo, o Branco está associado à morte.

Convenções: Significados criados a partir de convenções sociais, como sinais de trânsito.

Tudo isso ainda depende do filtro subjetivo presente no homem, que também pode associar uma experiência por nós vivida a uma cor específica, mudando seu significado e efeito.

Eu odeio amarelo.

Virgindade e pureza.

Limpeza.

Morte (na India)

Religião

O Efeito e o Significado das Cores.

Na Publicidade.

AZUL: Possui grande poder de atração; acalma o indivíduo e seu sistema circulatório. Indicado em anúncios que caracterizem o frio. É a cor do infinito, dos sonhos, e remete também a emoções profundas. Simboliza a amizade, fidelidade, serenidade, solidão, tristeza, tranqüilidade, verdade.

VERDE: Estimulante, indica versatilidade, simpatia e renovação. É considerada uma cor de equilíbrio, reduz a tensão. Caracteriza esperança, realidade, natureza, vegetação, saúde, razão, lógica, umidade, frescor, crescimento e juventude.

VERMELHO: É a cor das paixões, do amor ao ódio. Simboliza sensualidade, calor, agressividade, sangue, fogo, revolução, ação, paixão, força e raiva. Aumenta a atenção, é estimulante, motivador.

AMARELO: Pode simbolizar inteligência, comunicação, força, alegria, vontade, ou inveja, ira, covardia, traição e arrogância. Quando se usa o amarelo ouro simboliza valor, os sentimentos mais elevados, o sagrado.

ROXO: É a cor da prudência,remete a sabedoria, filosofia, sofisticação e contemplação. Tem a ver com o emocional. É utilizado para comunicar dor, religiosidade, magia, suntuosidade.

PRETO: Transmite refinamento, elegância e sofisticação, ainda que também representa a morte, mistério, bem como poder e elegância.

LARANJA: Utiliza-se para simbolizar entusiasmo, exaltação, alarme, força ativa, energética, radiante e expressiva. É de caráter estimulante e se relaciona com produtos comestíveis.

Outras cores.

Scarlet red
Exciting, aggressive, dramatic and dynamic.

Brick red
Secure, natural and strong.

Warm red
Seductive, arousing and sultry.

Vivid pink / magenta
Passionate, flamboyant and attention grabbing.

Light pink
Sweet, delicate and feminine.

Dusty pink
Romantic, luscious, tender and sentimental.

Mauve
Serene, subtle and mellow.

Burgundy
Opulent, wealthy, intense and grand.

Fuchsia
Voluptuous, energetic, theatrical and fun.

Terracotta
Spicy, warm, ethnic and wholesome.

Orange
Fun, glowing and vital; the warmest of colours.

Peach
Healthy, soft, gentle, tactile and velvety.

Bright yellow
Hopeful, cheery, but also cowardly and deceitful.

Light yellow
Inspiring, warm, calming, hazy and summery.

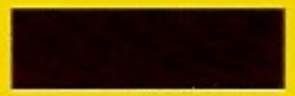
Golden yellow
Sunny, autumnal, baked, but also a warning.

Green yellow
Citrus, acidic, fruity, tangy and sharp.

Cream
Dense, rich, clean, classical and simple.

Beige / taupe
Dependable, flexible, bland and timeless.

Brown
Wholesome, earthy, dependable and friendly.



Coffee / chocolate
Succulent, durable and delicious.

O que a cor pode fazer na Publicidade?

Na peça: Tornar a peça agradável e chamar a atenção.

Passar mensagens, valores, ou reforçá-los.

Cria uma identidade com o produto, seja através de uma cor ou do uso de algumas delas.

Reforça uma mensagem e cria uma atmosfera.

Stop
Global
Warming

Diz o que o resto da peça não disse.

Provocar Sensações e Sentimentos

Cria identificação e diferencia uma marca.

marca de refrigerante

Uma marca de refrigerante

Uma marca de refrigerante

marca de refrigerante

marca de refrigerante

Uma marca de refrigerante qualquer?

pense num sanduíche

pense num computador

pense num banco

pense em outro banco

The world's most famous hamburger

4 €

The world's most famous hamburger restaurant

VT do Itaú sem assinatura.

Criar uma identificação através de padrões e clichês.

pense num sabor de bala

pense num sabor de bala

pense num sabor de chiclete

pense num sabor de chiclete

pense num sabor bala

Conversa com o Público-alvo, além de segmentá-lo.

sweets from
HEAVEN

sweets from
HEAVEN
180cm of bubblegum
Hubba Bubba
TAPE

Saiba de Cor

Gradientes dão dinamismo e podem dar sensação de volume, além de serem agradáveis visualmente. Porém, se utilizados em demasia, podem ficar toscos.

O uso das cores é uma faca de dois legumes. Um anúncio de comida tem que ter cara de anúncio de comida. Mas ele precisa também se diferenciar.

Não se sinta demasiado preso às cores institucionais em algo que anuncie uma novidade ou mudança.

Utilizar paleta diferente em um anúncio pode mostrar que “algo mudou”.

Nunca se esqueça: referência nunca é demais. Veja os anuários, transforme o Choco La Design ou o Abduzeedo em sua home page. Dê uma olhada no Adsoftheworld.

Quanto mais referência, mais coerência intuitiva em relação às cores.

Mas mesmo assim, não abandone o círculo cromático.

Referências de design

www.abduzeedo.com
www.fudgegraphics.com
www.chocoladesign.com
www.zupi.com.br

Referências publicitárias

www.ccsp.com.br
www.adsoftheworld.com
www.ypsilon2.com/blog

Combine as cores

www.colorschemedesigner.com

FIM!

Job

Briefing:

***Tamanho A3 dobrada canson ou couchè**

***Escolher 3 tipos de contrastes dos 7 definidos por Itten, e criar uma composição inspirada no artista da POP Art Roy Lichtenstein.**

***Técnicas que poderão ser utilizadas ou mescladas:**

Digital

Lápis de cor

Guache

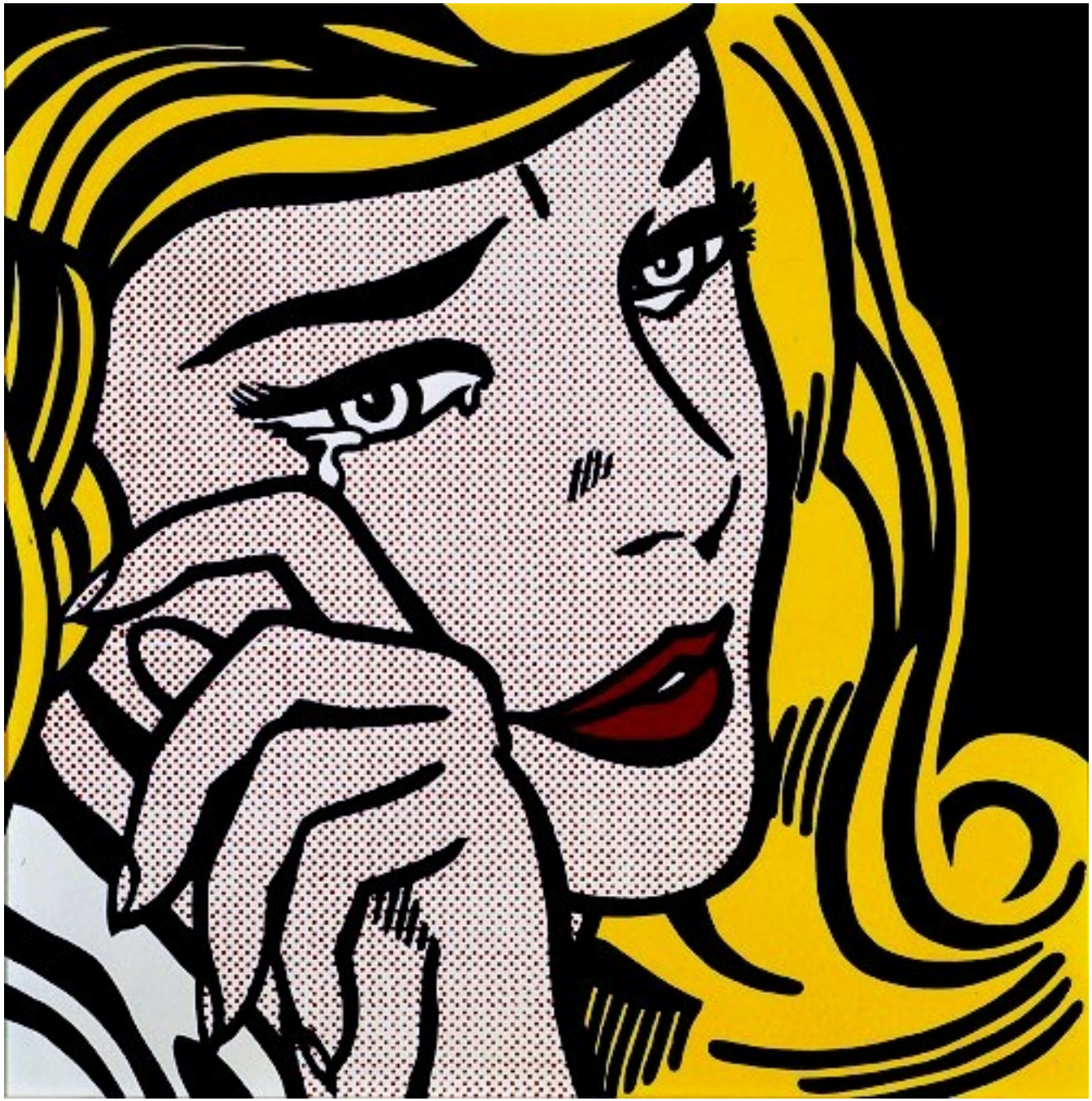
Colagem

Mood Boards

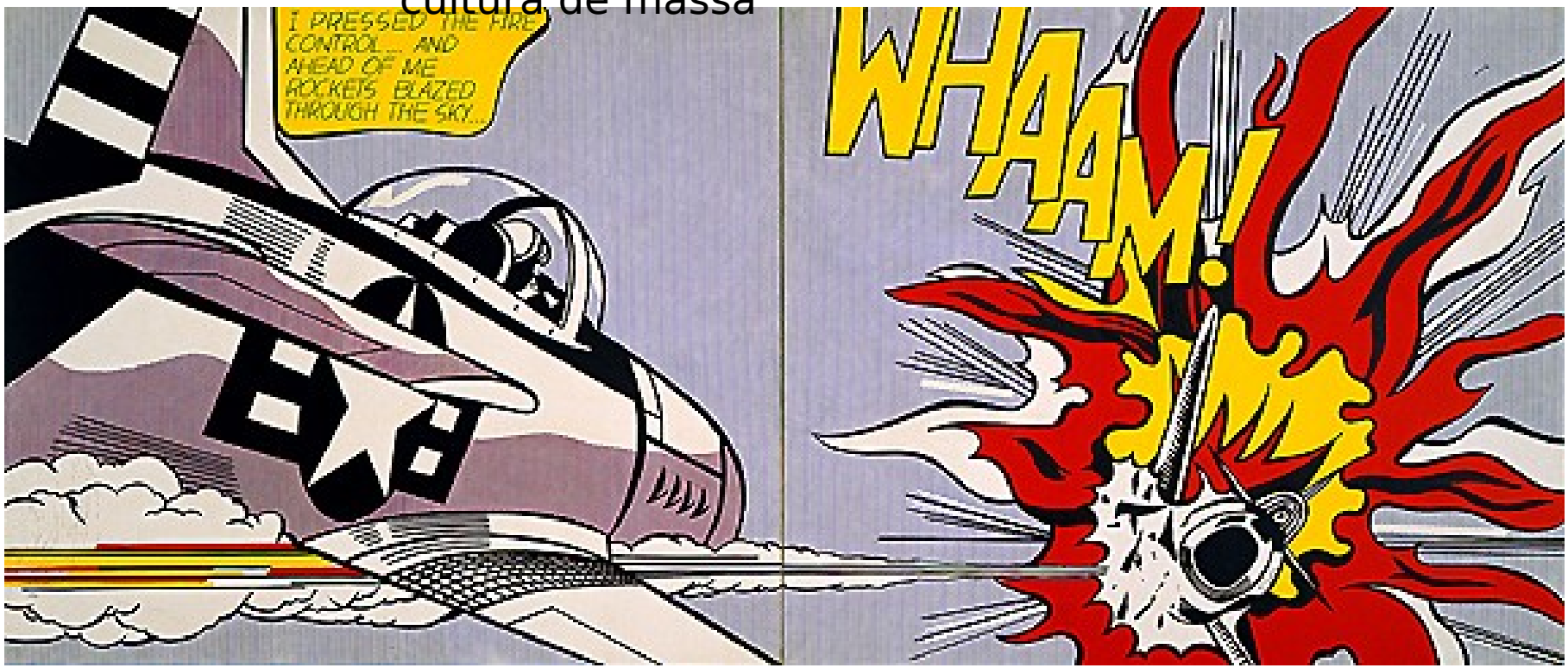
Roy Lichtenstein/ POP ART

Pop art (ou **Arte pop**)

- **Pop art** (ou **Arte pop**) é um movimento artístico surgido na década de 50 na Inglaterra mas que alcançou sua maturidade na década de 60 em Nova York. O nome desta escola estético-artística coube ao crítico britânico Lawrence Alloway (1926 - 1990) sendo uma das primeiras, e mais famosas imagens relacionadas ao estilo - que de alguma maneira se tornou paradigma deste - ,a colagem de Richard Hamilton (1922 - 2011): *O que Exatamente Torna os Lares de Hoje Tão Diferentes, Tão Atraentes?*, de 1956. A Pop art propunha que se admitisse a crise da arte que assolava o século XX desta maneira pretendia demonstrar com suas obras a massificação da cultura popular capitalista. Procurava a estética das massas, tentando achar a definição do que seria a cultura pop, aproximando-se do que costuma chamar de *kitsch*.
- Diz-se que a Pop art é o marco de passagem da modernidade para a pós-modernidade na cultura ocidental.



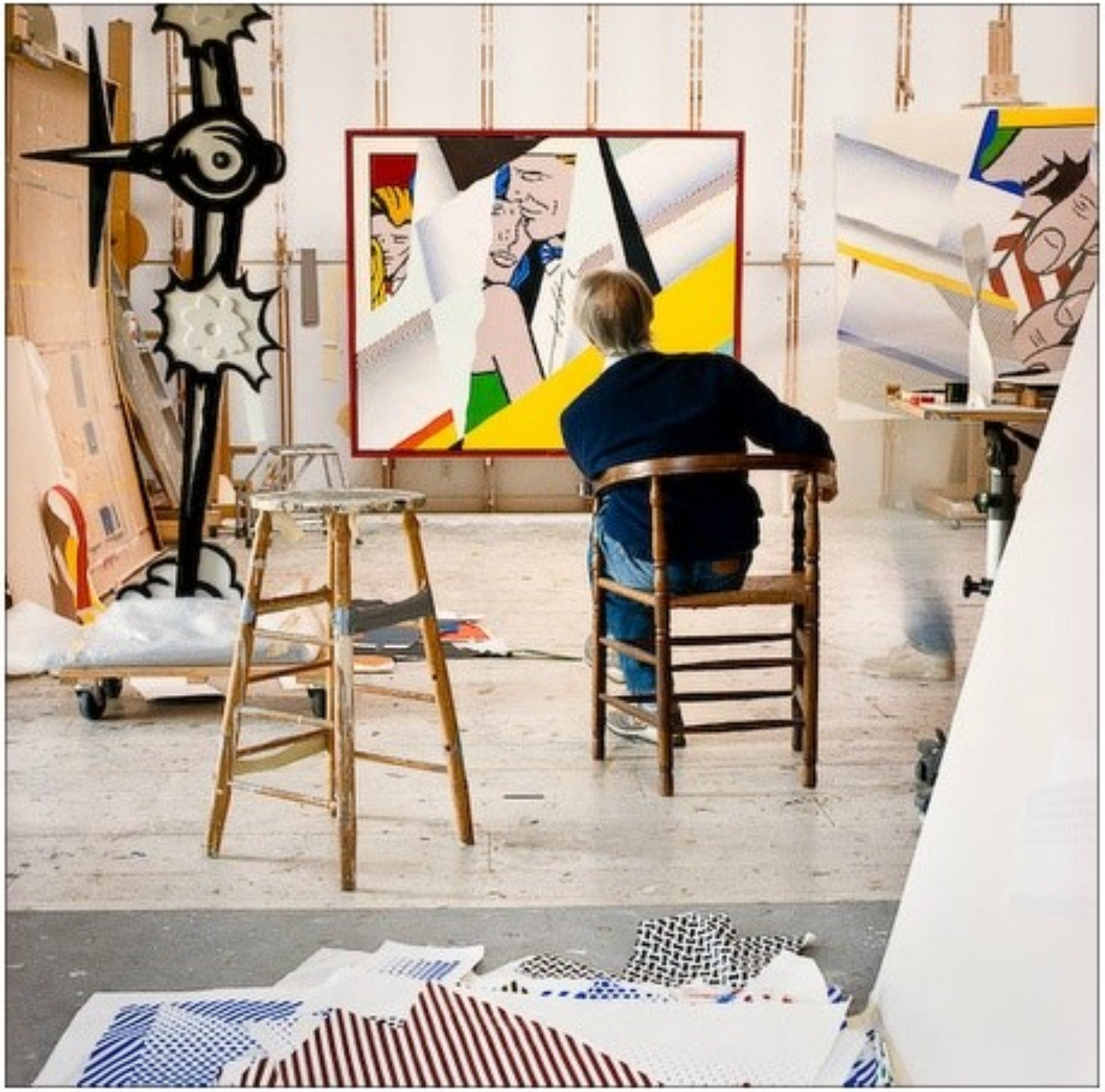
Roy Lichtenstein foi um pintor estado-unidense identificado com a **Pop Art**. Na sua obra, procurou valorizar os cliches das histórias em quadrinhos como forma de arte, colocando-se dentro de um movimento que tentou criticar a cultura de massa



Na obra de Lichtenstein é a preocupação em transmitir exatamente o estilo das HQs, trabalhando com cores fortes, marcação dos contornos e técnicas como o pontilhismo, para recriar as retículas dos quadrinhos impressos. Seu trabalho é paciente e planejado. Reparem nas referências de outros movimentos artísticos anteriores nos desenhos de Roy.

LIFE

COMPOSITIONS
WOMEN
This Gal
Means Cash!
It's From a



Laurie Lambrecht fez algumas fotos do estudio de um dos icones da Pop Art, Roy Lichtenstein.

BLONDE BOMBSHELL
FLASH

THWACK
THUNG
RATAT
VAROOM
PLING
BEEOW
BUDDA
POW
VIIP
BRRRP
SPLANG
WHAAAM
SKREE
THWING
KPOW
WHUMP
BLAMBAM
TZING
BLANG
SLAM
WHRAAAM
BLANG
BLANG!

Photo copyright 2005 David Pirmann

iNSPIRAÇÕES

BORED... PAINT THE TOWN RED!
Emma Hack

PSST
LOVE
YOU!!!

TERÇA-FEIRA, 29 DE MARÇO DE 2011

OS BLOGUEIROS

thalita

masterpiece
Photographed by MIKE RUIZ
Inspired by Roy Lichtenstein

zink

Everything to create everything.
DeSerres

ELIZABETH THERESA LYNCH LICENSED TO SELL INTOXICATING
LIQUOR
ON OR OFF THE PREMISES
ROVERS
YOU'VE AS MUCH CHANCE OF KEEPING A SECRET ROUND HERE AS YOU HAVE OF KEEPING A TAN!